

2020年上半年中国生鲜电商行业发展分析报告



Fastdata极数

数据说明

- 移动端数据:通过SDK的形式获取用户移动端APP使用数据。包括但不限于频次、时长、浏览路径、订单、移动支付等维度数据的收 集,上报、存储及统计分析。
- PC端数据:针对特定类型平台进行不同维度及口径的数据抓取、数据结构化处理、存储及统计分析。
- 宏观数据:来源渠道主要包括Wind、choice、彭博、各国相关统计机构、国际组织、第三方数据机构等。
- 统计周期:报告重点数据截止日期为2020年6月31日。
- 研究对象: 本报告着重研究快手及抖音的直播带货情况。
- 免责声明:本报告基于独立、客观、实事求是的分析研究,但不对任何机构及个人,构成投资及其他决策建议,不分享相关收益,也不承担相关责任。

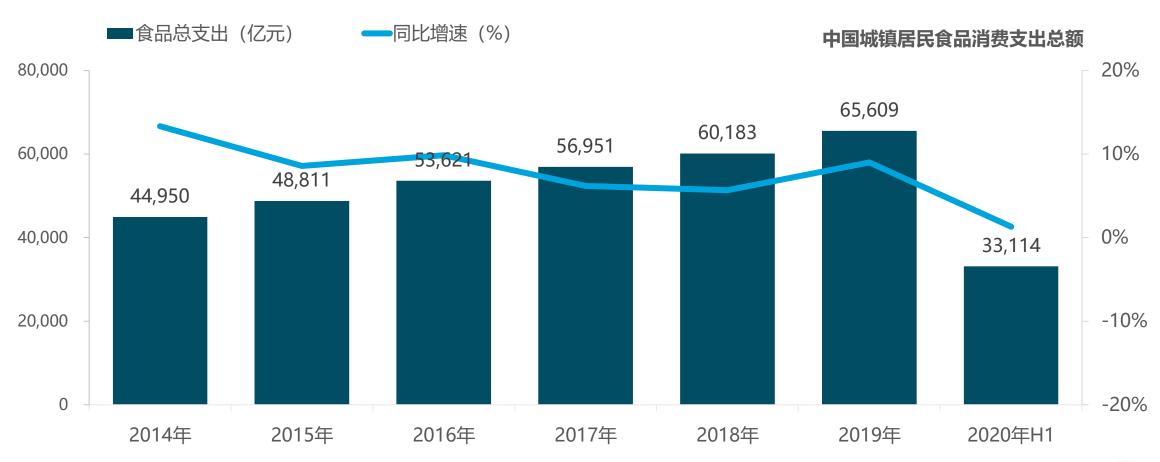


中国生鲜电商行业发展现状

- 中国城镇居民年食品支出近七万亿元
- 2020年7月,网上食品消费同比增长近四成
- 生鲜电商月活用户超7100万,同比增长75.4%
- · 2020年上半年, 生鲜电商交易额达1821.2亿元, 同比增长137.6%



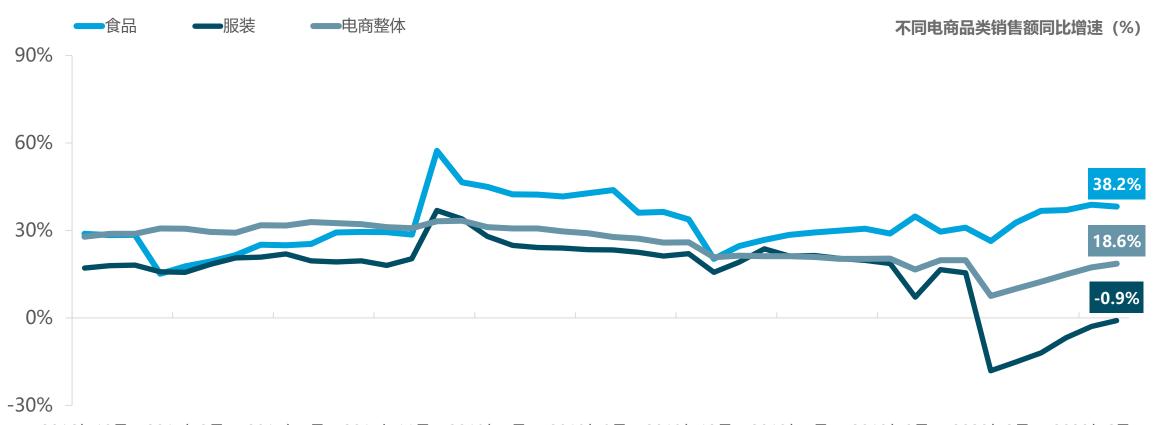
中国城镇居民年食品支出近七万亿元,生鲜电商市场空间巨大



注:中国城镇居民食品消费支出总额=城镇人口*人均食品支出



生鲜食品消费线上化势头强劲 2020年7月,网上食品消费同比增长近四成,远超电商行业整体增速







2020年上半年,超25%消费消品购买通过电商平台完成线上生鲜消费比例不足5%,市场潜力较大

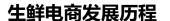
电商站社会消费品零售总额比例(%)



注: 2020年网上实物及虚拟商品零售额占社会消费品零售总额比例大幅上涨,一方面是由于网上交易额的增长,更重要的是2020年上半年社会消费品零售总额下降11.4%所致。



经历十年发展, 生鲜电商行业迎来爆发式增长期





- 百果园上线
- 京东成立生鲜事业部,发 展生鲜业务
- 京东到家与达达合并成立 达达集团



- 美团小象生鲜成立
- 永辉推出卫星仓



- 达达-京东到家赴美IPO成功
- 叮咚买菜在北京开设18个前置仓
- 美团进军社区团购领域
- 阿里零售通入局社区团购

- 2005年易果生鲜成立
- 2009年,莆田网、果菜网、天天果园、多利农庄成立
- 2010年沱沱公社上线
- 2011年中粮我买网上线
- 2012年本来生活、顺丰优选、京东生鲜频道上线
- 2013年一号生鲜、光明菜管家、天猫生鲜频道上线
- 2014年每日优鲜成立、叮咚小区APP上线
- 2015年许鲜、一米鲜、多点、京东到家、盒马鲜生成立
- 2015年京东战略投资用户, 布局O2O



• 京东冷链物流覆盖300+ 城市,新零售7Fresh在北

苏小鲜开始发力线下实体



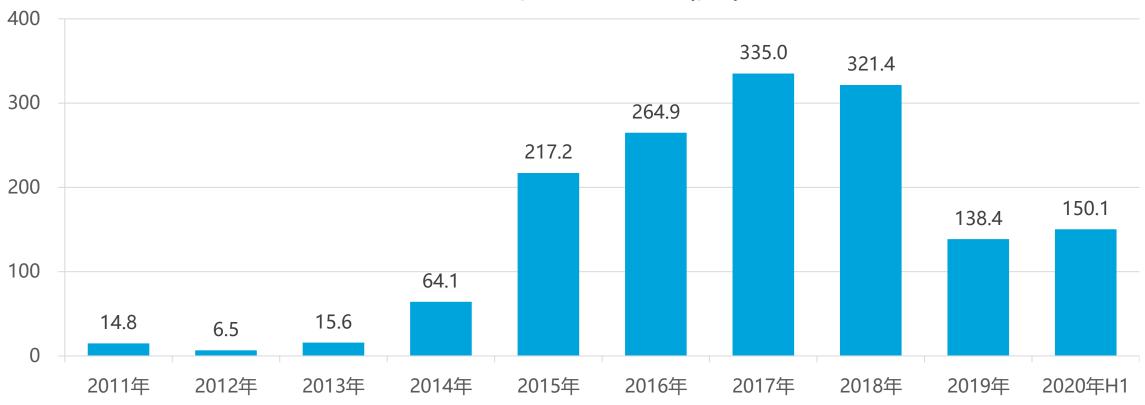
- 永辉买菜App上线
- 盒马推出盒马小站、盒马mini、 Pick'n Go及盒马里
- 妙生活关闭
- 吉及鲜关闭
- 鲜生友请倒闭
- 美团买菜成立
- 小象生鲜宣布关闭无锡及常州 两地的5家门店





近十年,生鲜电商行业融资规模超1500亿元 2020年上半年,融资金额150.1亿元,超去年全年融资金额

生鲜电商行业融资金额 (亿元)

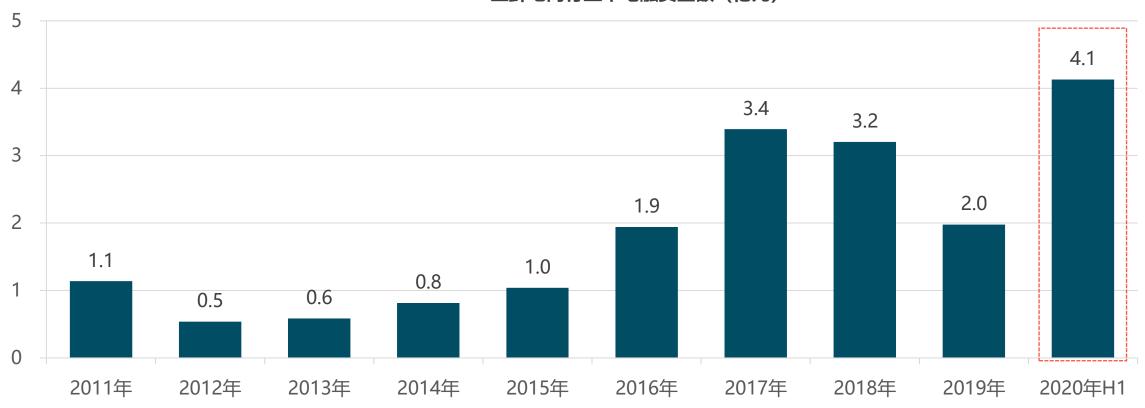


注:数据包括社区拼图融资金额



2020年上半年, 生鲜电商单笔融资金额再创新高, 达4.1亿元







2020年上半年,生鲜电商大额融资案例频现 头部平台获得资本重点押注

2017-2020年生鲜电商重要融资案例

2017年 2018年	2019年	2020年
 每日生鲜便利购A轮融资5300万美元 每日生鲜便利购B轮融资1.44亿美元 每日生鲜便利购C轮融资1亿美元 每日生鲜便利购C轮融资2亿元 生鲜传奇A轮融资2亿元 食行生鲜C+轮融资2.9亿元 易果生鲜D轮融资3亿美元 美菜网F轮融资6亿美元 美菜网B轮融资10亿元 好货C轮融资数千万美元 鲜乐拼Pre-A轮融资数千万元 	 食行生鲜C+轮融资2.5亿 生鲜传奇融资数亿元 谊品生鲜B轮融资20亿元 本来生活D轮融资2亿美元 钱大妈D轮融资10亿元 锅圈食汇A轮融资5000万元 同程生活A+轮融资数千万美元 同程生活B轮融资1亿美元 	· 京东到家IPO融资3.2亿美元 · 叮咚买菜C轮融资3亿美元 · 每日优鲜E轮融资完成 · 每日优鲜F轮融资4.95亿美元 · 小兔买菜A轮融资数千万美元 · 锅圈食汇B轮融资5000万美元 · 锅圈食汇C轮融资6000万美元 · 谊品生鲜C轮融资25亿元



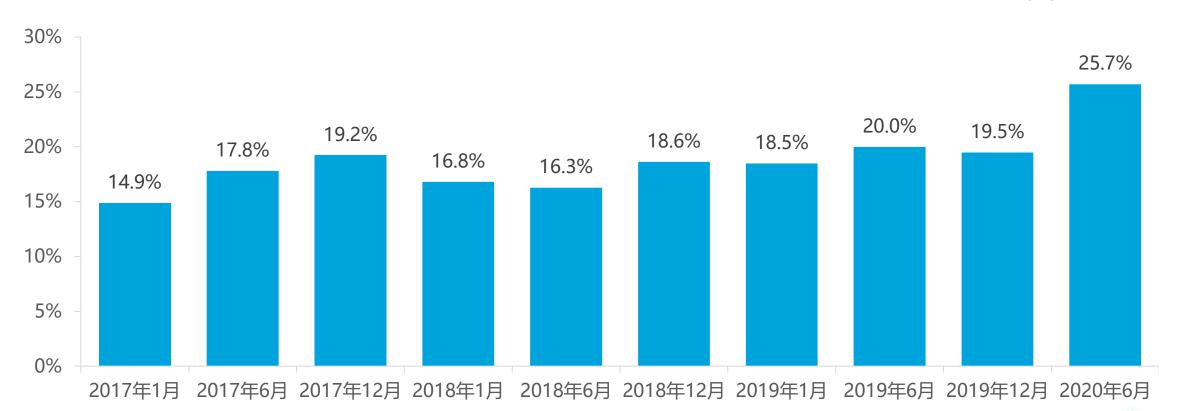
生鲜电商用户规模火箭式飙升 2020年6月,月活用户超7100万,同比增长75.4%





2020年生鲜电商用户粘性大幅飙升生鲜消费线上化习惯正在快速养成

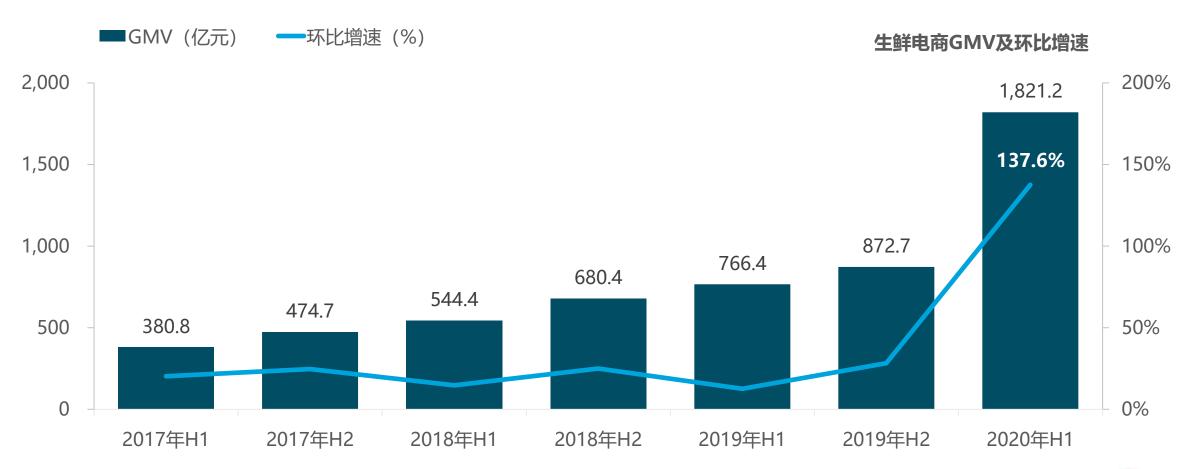
生鲜电商用户粘性 (%)



注:用户粘性=月均日活用户数/月活用户数,表示每天使用生鲜电商应用的用户占月活用户数的比例,比例越高,表示用户质量越好



2020年上半年,生鲜电商交易额达1821.2亿元,同比增长137.6%



注:数据不包括综合电商、综合本地生活服务平台产生的生鲜相关订单数据



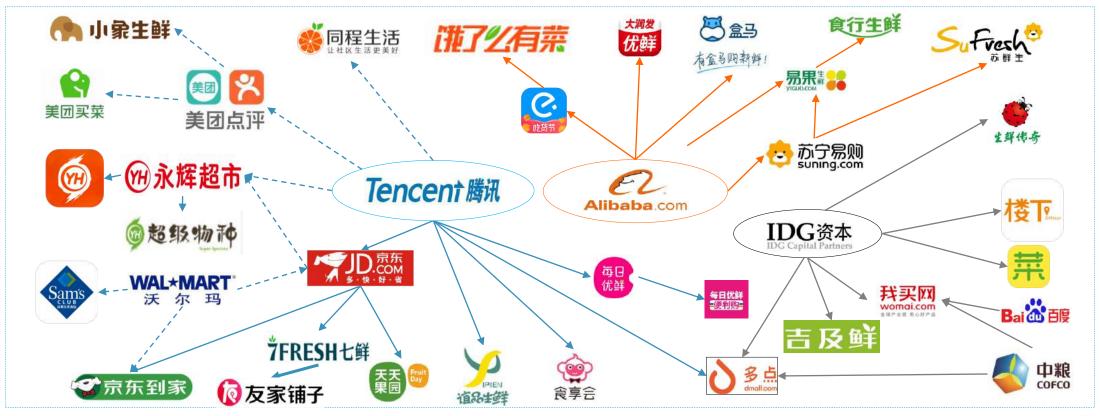
中国生鲜电商行业竞争格局分析

- 腾讯与阿里合纵连横,激战生鲜电商市场
- · 每日优鲜累计融资近15亿美元,成为融资能力最强的生鲜电商平台
- · 京东到家及多点月活用户超2000万,稳居第一梯队
- 盒马鲜生覆盖城市23座,门店数量达到214家



腾讯与阿里合纵连横,激战生鲜电商市场

中国主要生鲜电商平台投资关系分析





生鲜电商市场发展方兴未艾,商业模式多样化特征显著

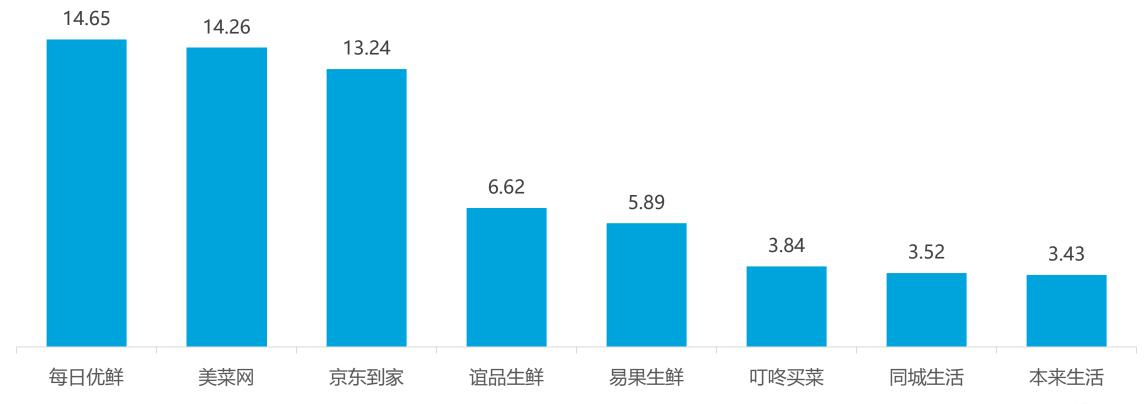
中国主要生鲜电商平台主要模式





每日优鲜累计融资近15亿美元,融资能力排名榜首 美菜网及京东到家排名前三

部分生鲜电商平台累计融资金额 (亿美元)



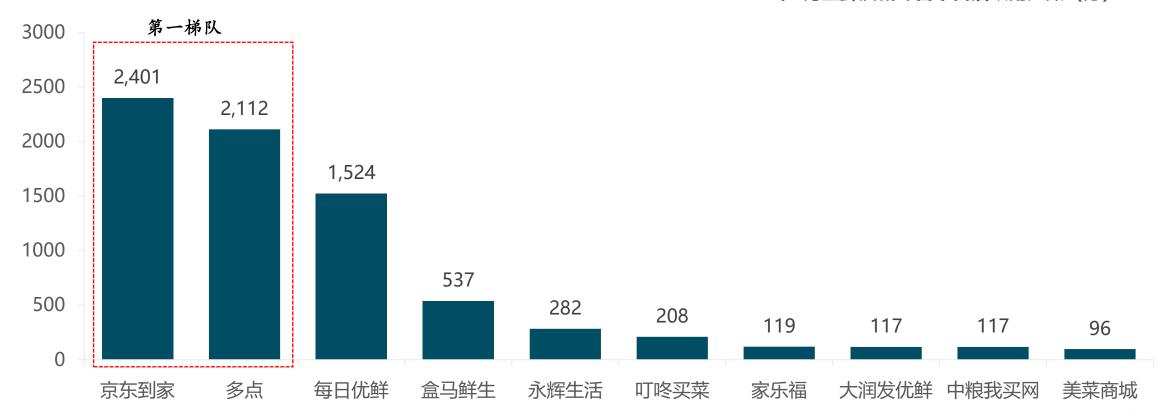
注: 1.为了统一比较口径, 部分融资为人民币口径统计的案例, 我们将其按照实时汇率转换为美元单位计算

- 2.每日优鲜数据不包括每日优鲜便利购融资数据
- 3.上述数据并非排名数据,因为部分企业的融资数据未对外公布



京东到家及多点月活用户超两干万,稳居第一梯队 每日优鲜排名紧随其后

2020年6月生鲜及新零售平台活跃用户数(万)

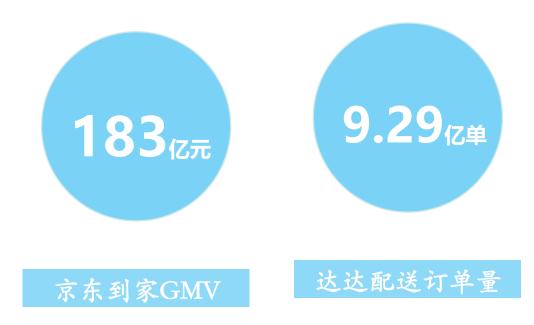




2020年上半年, 京东到家营业收入达27.25亿元, 同比99.95%



截至2020年6月30日的12个月京东到家业务分析





京东到家流量、供应链及运力端布局完善,竞争优势明显





将部分即时生鲜需求导向京东到家承接



用户流量端



Walmart 沃 尔 玛

• 沃尔玛为京东到家及京东集 团股东

网永辉超市

• 京东集团投资永辉超市



周7天每天新鲜



供应链





• 国内最大的同城即时配送平台

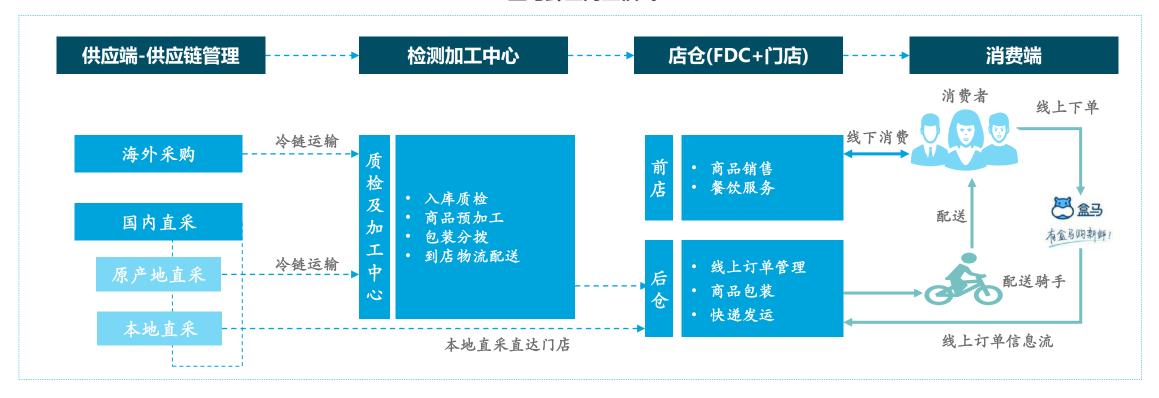


生鲜平台



盒马鲜生店仓一体模式逐步被市场验证 随着云超业务的推进,SKU不断丰富,竞争力持续提升

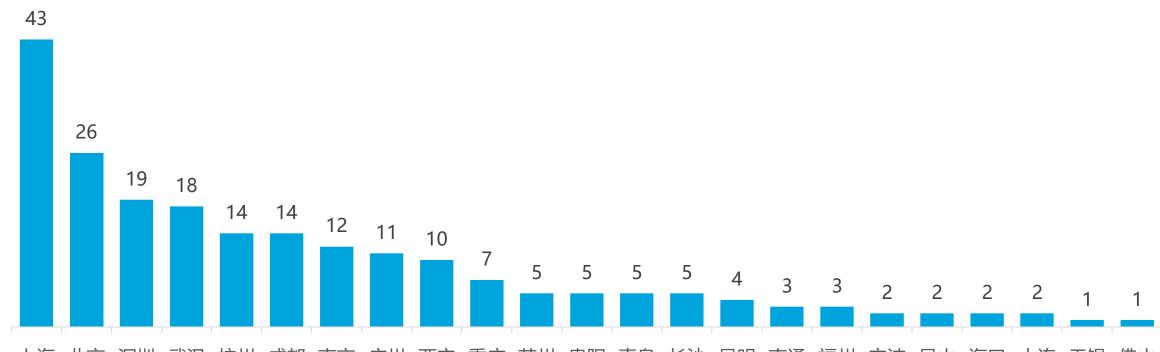
盒马鲜生商业模式





盒马鲜生覆盖城市23座,门店数量达214家,近三成门店分布在京沪两地

盒马鲜生门店分布(家)



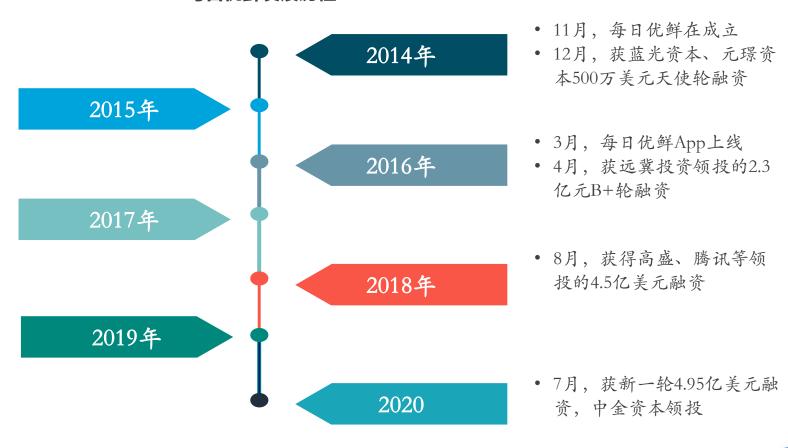
上海 北京 深圳 武汉 杭州 成都 南京 广州 西安 重庆 苏州 贵阳 青岛 长沙 昆明 南通 福州 宁波 昆山 海口 大连 无锡 佛山



前置仓、无人零售等多业态布局每日优鲜成为最受风险资本追捧的生鲜电商平台之一

每日优鲜发展历程

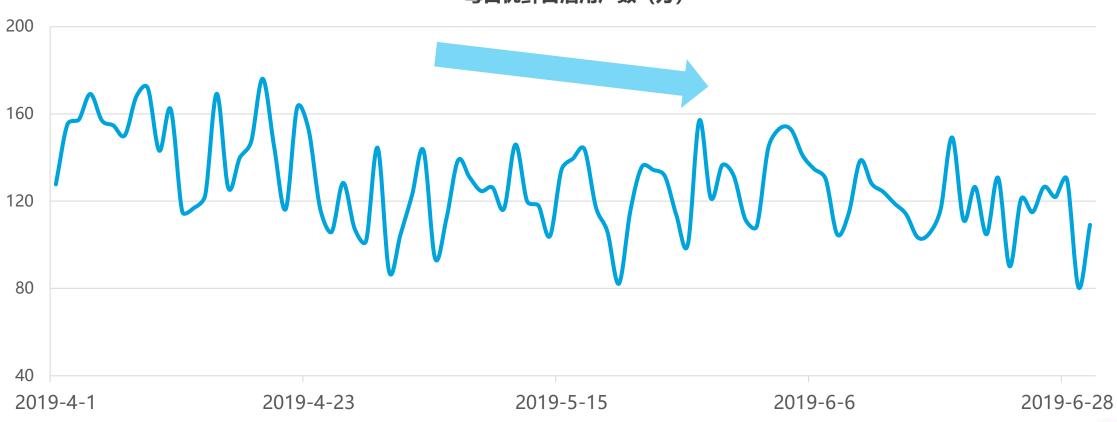
- 5月, 获得腾讯领投的1000 万美元A轮融资
- 10月,获得腾讯领投的2亿 元B轮融资,首个前置仓在 北京投入运营。
- 3月, 获得腾讯领投的2.3亿美元轮融资
- 6月, 无人零售项目上线
- 2月,前置仓2.0版上线, SKU增加到3000+个
- 6月,与腾讯智慧零售,启动"智鲜千亿计划"



Fastdata极数

随着疫情结束,每日优鲜DAU呈现回落趋势 2020年6月,日活用户保持在百万左右

每日优鲜日活用户数 (万)





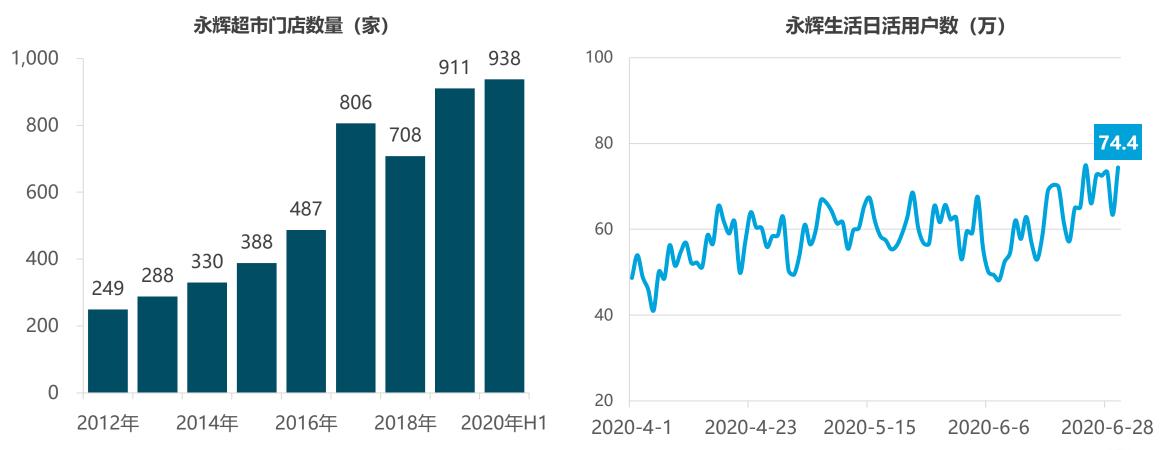
永辉超市积极拥抱线上,构建线上+线上全业态零售渠道

永辉超市线上化布局





永辉超市"以点打围",店仓一体,线上生鲜渠道全面发力 2020年6月,永辉生活峰值DAU达74.4万





2020年5月,叮咚买菜融资3亿美元,估值达20美元 成为重要的头部生鲜平台

叮咚买菜发展历程



- 2014年3月,上海壹佰米网 2017年5月,成功转型 络科技有限公司成立,叮 在家庭买菜业务上, 咚小区APP上线。
- 2014年4月,获得涌金集团、 好未来集团 (NYSE: TAL) 的天使轮投资。
- 2014年7月, 首个叮咚线 下服务站建在了用户家门 口,提出"即需即达" 服务,社区前置仓。
- "叮咚小区"正式更 名为"叮咚买菜",最 快29分钟新鲜到家。
- 2018年5月, 获得高榕 资本领投的pre-A轮融 资,全年融资完成5轮 融资。
- 2018年10月, 叮咚买 菜共119个线下服务站, 服务上海大部分社区。
- 2019年3月, 日单量突 破20万单。
- 2019年5月, 叮咚买菜 共345个线下服务站。
- 2020年5月, 叮咚买菜 完成新一轮3亿美元融 资,估值达20亿美元。

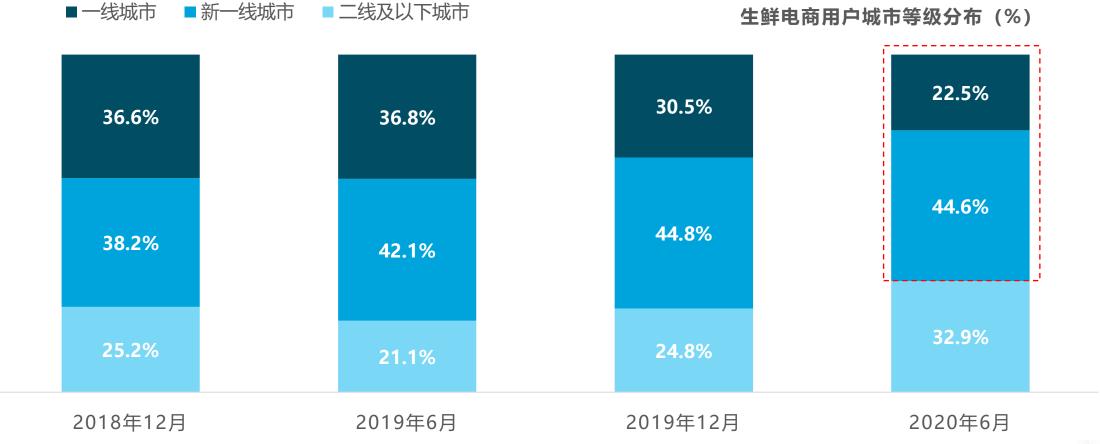


生鲜电商用户画像及消费趋势

- 近七成生鲜电商用户来自一线及新一线城市
- · 超六成生鲜电商订单来自80后及90后,年轻女白领为重要的用户群体
- 周末更多生鲜电商用户选择上午购买生鲜产品
- 需求半径超3公里的订单持续增长,占比达24.1%

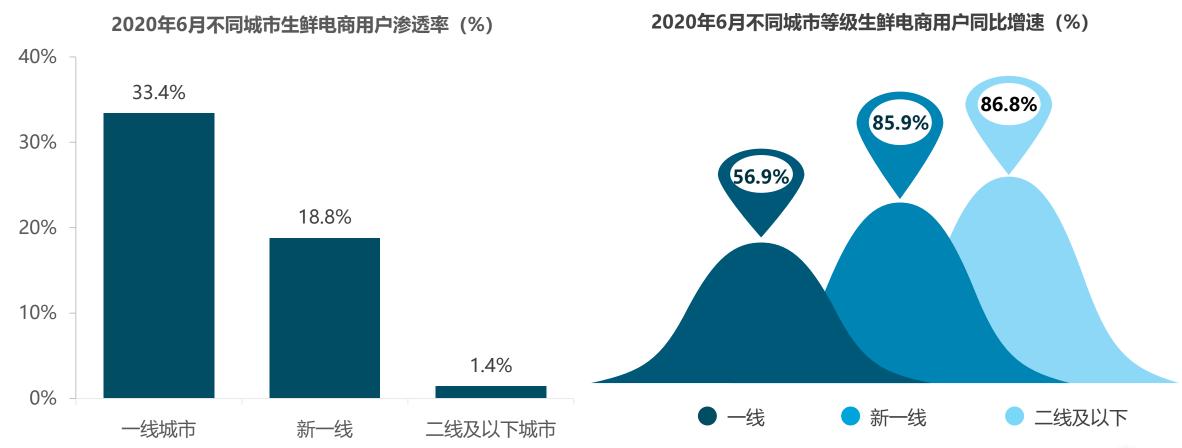


近七成生鲜电商用户来自一线及新一线城市



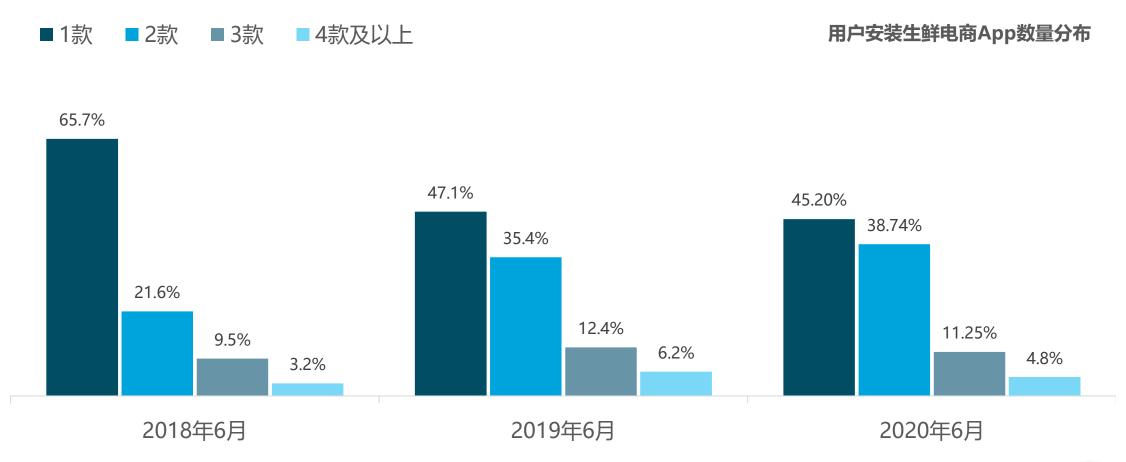


一线城市生鲜电用户渗透率已进入平台期下沉市场用户生鲜消费热情逐步释放





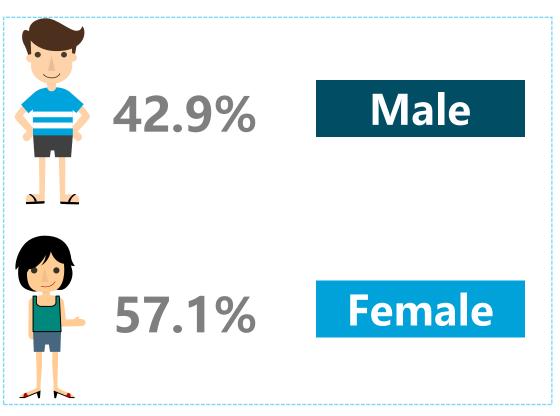
过半用户安装不少于两款生鲜电商App



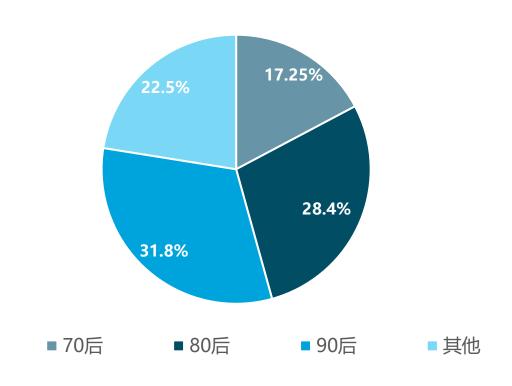


超六成生鲜电商订单来自80后及90后 年轻女白领为重要的用户群体

2020年6月生鲜电下单用户用性别分析



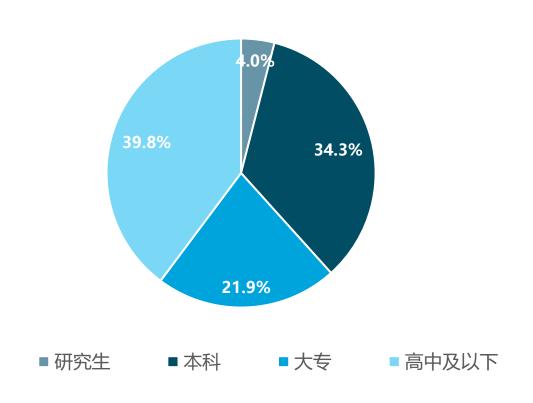
2020年6月生鲜电商下单用户年龄结构分布 (%)



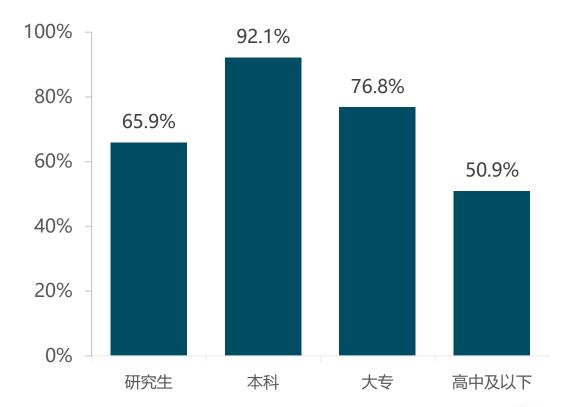


约六成用户拥有大专以上学历 生鲜电商用户增长呈现多级火箭特征

2020年6月生鲜电商用户学历分布 (%)

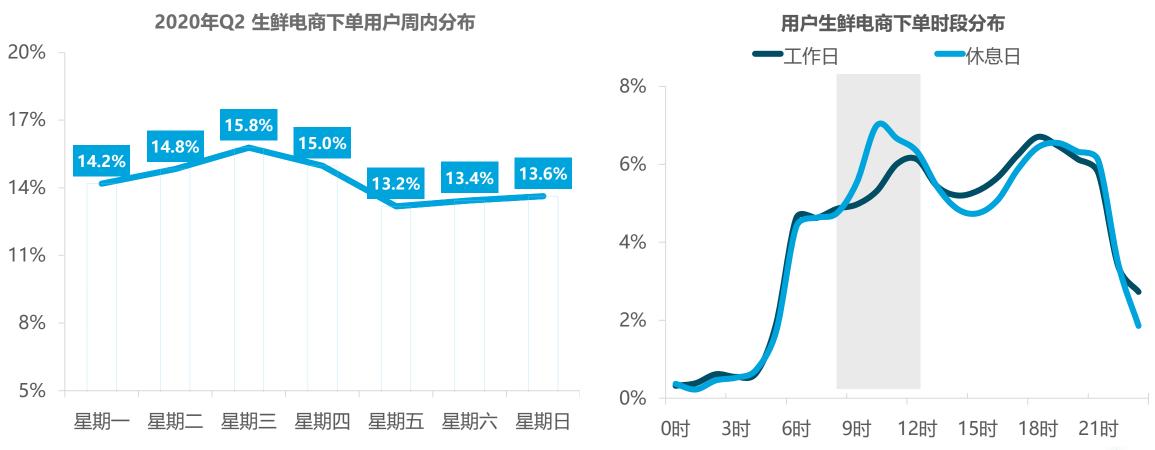


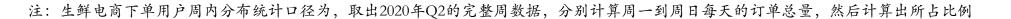
2020年6月不同生鲜电商用户同比增速





星期三为生鲜电商用户采购需求最旺盛时期周末更多用户选择上午购买生鲜产品

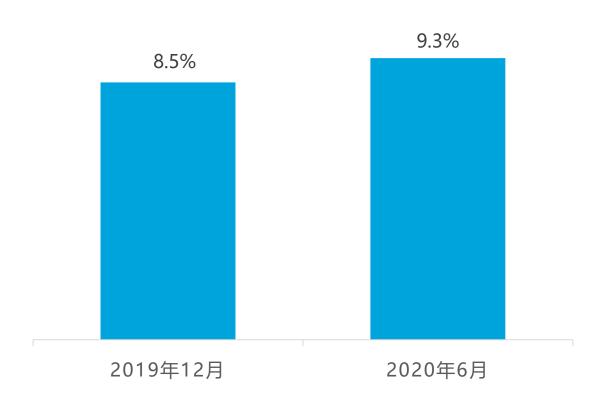




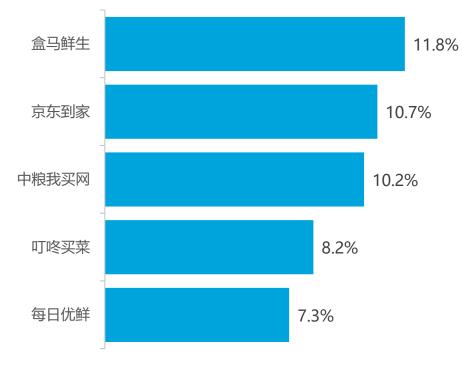


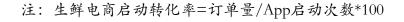
2020年生鲜电商用户购买决策效率大幅提高 盒马鲜生及京东到家排名TOP2

生鲜电商用户APP启动转化率



2020年6月主要生鲜电商平台APP启动转化率

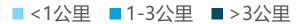


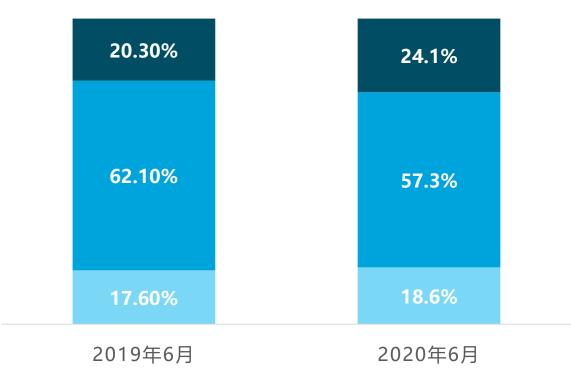




需求半径超3公里的订单持续增长,占比达24.1%美团买菜1小时送达率排名榜首

生鲜电商用户需求半径分析





2020年上半年主要电商平台1小时送达率

